PROCEEDINGS
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Vol: 5 No: I Tahun 2024

Implementasi Teknologi Digital terhadap Pembuatan Banner dan Media Promosi UMKM melalui Program KKN SISDAMAS Kelompok 262 Kp. Tegallaja, Desa Sukatani tahun 2024

Dela Agustine[1], Humaira Nur Jannah[2], Neng Siti Nur Laela Sari[3], Farid Soleh Nurdin[4]
[1]Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: dellaaagt@gmail.com
[2]Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: humaira.ira1107@gmail.com
[3]Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: nengs0796@gmail.com
[4]Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: Farid.s.nurdin@uinsgd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji implementasi teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sukatani melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) SISDAMAS oleh Kelompok 262. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengungkap bahwa teknologi digital, seperti perangkat lunak desain grafis dan platform media sosial, dapat secara signifikan meningkatkan kualitas dan daya tarik promosi UMKM. Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa keterbatasan pengetahuan, keterampilan teknis, dan biaya menjadi tantangan utama bagi UMKM dalam memaksimalkan potensi teknologi digital. Program KKN SISDAMAS memberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan intensif, yang membantu UMKM mengatasi tantangan tersebut. Hasilnya, UMKM di Desa Sukatani berhasil meningkatkan visibilitas produk dan daya saing mereka di pasar yang lebih luas. Penelitian ini menyarankan perlunya dukungan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan dan akses ke teknologi untuk memastikan kesuksesan UMKM di era digital.

Kata Kunci: UMKM, teknologi digital, promosi, KKN SISDAMAS, Desa Sukatani.

Abstract

This study examines the application of digital technology in creating banners and promotional media for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Sukatani Village through the SISDAMAS Community Service Program (KKN) by Group 262. The main objective of this study is to help MSMEs utilize digital technology to improve the effectiveness of their marketing strategies. Using a descriptive qualitative method, this study reveals that digital technology, such as graphic design software and social media platforms, can significantly

improve the quality and attractiveness of MSME promotions. This technology allows MSMEs to reach a wider market at a lower cost. However, this study also found that limited knowledge, technical skills, and costs are the main challenges for MSMEs in maximizing the potential of digital technology. The SISDAMAS Community Service Program provides solutions in the form of intensive training and mentoring, which helps MSMEs overcome these challenges. As a result, MSMEs in Sukatani Village have succeeded in increasing the visibility and competitiveness of their products in a wider market. This study shows the need for ongoing support in the form of training and access to technology to ensure the success of MSMEs in the digital era.

Keywords: ***UMKM, Digital Technology, Promotion, KKN SISDAMAS, Sukatani Village***

A. PENDAHULUAN

Pemasaran dengan menggunakan teknologi digital menjadi prioritas karena masyarakat sudah terpapar dengan media digital. Hal tersebut menjadi pilihan karena dengan mudah dapat diakses oleh konsumen. Digital marketing merupakan metode pemasaran yang menerapkan media berbasis web, blog, website, email, ataupun media sosial untuk branding image. Digital marketing, menurut *American Marketing Association* (AMA), merujuk pada aktivitas, institusi, serta proses yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Tabel 1 Pertumbuhan UMKM tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

Berdasarkan tabel di atas tercatat bahwa pertumbuhan terjadi di tahun 2019 sebanyak 1.98% namun di tahun 2020 terjadi penurunan yang cukup signifikan sebanyak -2,24% yang diakibatkan oleh pengaruh dari covid-19 yang sedang mengalami peningkatan ditahun tersebut sehingga berpengaruh terhadap sektor ekonomi di Indonesia. Tahun selanjutnya di 2021 kembali terjadi peningkatan sebanyak 2.28% dibanding tahun lalu, hal ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi Indonesia sudah kembali pulih secara perlahan, namun di tahun 2022 kembali terjadi penurunan dalam pertumbuhan UMKM di Indonesia namun hanya sekitar -0.70% dan

kembali naik di tahun 2023 sebanyak 1.52%, berdasarkan data dari tahun ke tahun bisa ditarik kesimpulan bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia masih berjalan dengan baik.

Strategi ini menjadi alat yang sangat efektif untuk mencapai target konsumen, sekaligus merupakan elemen kunci yang dibutuhkan oleh perusahaan atau pemilik bisnis dalam memperkenalkan produk mereka. Digital marketing mencakup berbagai metode promosi produk atau jasa melalui platform digital seperti situs web, media sosial, video pemasaran, email marketing, iklan, SEO, dan lain-lain.[1] Dengan memanfaatkan digital marketing, perusahaan dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, dan pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan kesempatan untuk terus berkreasi dan berinovasi dalam memasarkan produk atau jasa.

Di era digital saat ini, teknologi informasi telah mengubah cara berbagai sektor beroperasi, termasuk dalam dunia usaha. Khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penggunaan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan visibilitas mereka. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) SISDAMAS yang dilaksanakan oleh Kelompok 262 di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani, merupakan salah satu inisiatif yang bertujuan untuk memfasilitasi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.

Teknologi digital, termasuk perangkat lunak desain grafis dan platform pemasaran online, memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperbarui strategi promosi mereka. Penggunaan teknologi ini memungkinkan UMKM untuk menciptakan banner dan materi promosi yang lebih menarik dan efektif, serta menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Namun, adopsi teknologi ini seringkali dihadapkan pada berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan pengetahuan hingga kendala teknis.

Selain itu, penelitian ini akan membahas bagaimana program KKN SISDAMAS membantu UMKM dalam mengatasi berbagai masalah dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas media promosi mereka. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi UMKM, penyelenggara program, serta pihak-pihak yang tertarik dalam pengembangan UMKM melalui teknologi digital.

Program KKN SISDAMAS Kelompok 262 di Desa Sukatani memainkan peran penting dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam pembuatan banner dan media promosi. Salah satu fokus utama program ini adalah membantu para pelaku UMKM

[1] Rachmadi Usman, Hukum Perbankan, Sinar Grafika: Jakarta, 2010.

memahami dan mengadopsi teknologi digital untuk memperkuat strategi pemasaran mereka. Dalam pelaksanaan program, mahasiswa KKN memberikan pendampingan dan pelatihan terkait penggunaan aplikasi desain grafis, seperti Canva dan platform lainnya, yang memungkinkan UMKM untuk membuat banner promosi secara efisien dan menarik. Teknologi digital membantu UMKM Desa Sukatani, yang sebelumnya bergantung pada metode promosi tradisional, untuk beralih ke media online yang lebih efektif dan mampu menjangkau audiens lebih luas.

KKN SISDAMAS juga mendorong UMKM untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, yang kini menjadi platform promosi penting. Dengan bimbingan dari mahasiswa KKN, para pelaku usaha diajarkan cara membuat konten promosi yang menarik dan relevan dengan target pasar mereka, sehingga dapat meningkatkan daya saing di era digital. Secara keseluruhan, program ini berperan tidak hanya dalam meningkatkan keterampilan digital UMKM tetapi juga dalam memperluas peluang pemasaran mereka, yang berdampak pada peningkatan penjualan dan pengembangan usaha di Desa Sukatani.

Program KKN SISDAMAS Kelompok 262 di Desa Sukatani memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kualitas promosi UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital. Salah satu fokus penting dari program ini adalah membantu pelaku UMKM memahami bagaimana teknologi digital dapat menjadi alat efektif dalam strategi pemasaran mereka. Dengan digitalisasi, UMKM diharapkan mampu mengembangkan keterampilan baru dalam membuat materi promosi yang lebih menarik dan relevan bagi audiens modern. Penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva memungkinkan UMKM untuk menciptakan banner dan konten visual yang lebih profesional dan estetis, sehingga produk mereka dapat lebih menonjol di pasar.

Selain itu, program ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar bagi UMKM melalui media sosial. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha diajarkan bagaimana memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai sarana promosi yang tidak hanya hemat biaya tetapi juga memiliki potensi besar untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan bantuan teknologi ini, UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan efisien, mengurangi ketergantungan pada metode promosi tradisional yang sering kali mahal dan kurang fleksibel.

Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sukatani. Dengan memanfaatkan media digital dan strategi pemasaran yang lebih modern, UMKM diharapkan mampu bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Teknologi digital memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menyesuaikan konten promosi mereka dengan kebutuhan dan preferensi target pasar yang lebih spesifik, sehingga meningkatkan peluang peningkatan penjualan dan pengembangan usaha. Melalui pendekatan ini, KKN SISDAMAS berupaya

memberdayakan UMKM agar mampu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di era digital.

Dengan latar belakang tersebut, penting untuk memahami bagaimana teknologi digital diimplementasikan dalam pembuatan banner dan media promosi oleh UMKM di desa ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh teknologi digital terhadap proses pembuatan media promosi dan mengevaluasi dampaknya terhadap strategi pemasaran UMKM. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana teknologi digital diterapkan, tantangan yang dihadapi dalam penerapannya, serta manfaat yang diperoleh oleh UMKM.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian yang penulis gunakan dalam kegiatan ini yaitu metode Sistem Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS) dengan menggunakan jenis penelitian metode kualitatif guna mendapatkan informasi mengenai program, baik itu melalui hasil observasi maupun terjun langsung kemasyarakat. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan dalam situasi alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, penelitian ini dimulai dari pengumpulan data, menggunakan teori yang sudah ada sebagai dasar untuk menjelaskan temuan, dan akhirnya menghasilkan teori baru.[2] Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan pandangan pelaku UMKM di KP. Tegallaja, Desa Sukatani terkait penggunaan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi melalui program KKN SISDAMAS. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana teknologi digital mempengaruhi strategi promosi dan operasional UMKM.

Penelitian dimulai dengan tahap refleksi sosial, di mana mahasiswa menyesuaikan diri dengan masyarakat setempat dan bersama-sama mengidentifikasi masalah, kebutuhan, potensi, serta harapan yang ada di desa tersebut. Langkah awal peneliti adalah melakukan survei di Desa Sukatani, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, untuk menilai kelayakan lokasi sebagai tempat pengabdian. Setelah itu, dilakukan diskusi dengan masyarakat yang mayoritas bekerja sebagai pedagang untuk memahami masalah yang ada, terutama terkait peningkatan teknologi informasi di Desa Sukatani, Kecamatan Ngamprah. Potensi dan peluang di Dusun 3 Desa Sukatani kemudian diidentifikasi melalui wawancara semi-terstruktur dengan aparat desa. Hasil dari identifikasi ini akan dirancang menjadi program kegiatan melalui musyawarah terbuka antara mahasiswa dan kepala dusun, sehingga data yang terkumpul dapat diterapkan dalam program yang sesuai.

Subjek penelitian adalah para pelaku UMKM di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani yang terlibat dalam program KKN SISDAMAS Kelompok 262 dan telah

[2] Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 56

mendapatkan pelatihan teknologi digital untuk pembuatan banner dan media promosi. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana kriteria subjek meliputi: 1) UMKM yang telah menggunakan teknologi digital dalam pembuatan media promosi setelah mengikuti pelatihan. 2) Pelaku usaha yang bersedia berpartisipasi dalam wawancara mendalam. Jumlah subjek penelitian yang diambil adalah sekitar 10-15 UMKM yang dianggap representatif untuk memberikan pandangan yang bervariasi.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara *(Interview)*

Menurut Sugiyono, ada tiga jenis wawancara yaitu, terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur.[3] Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur, di mana pelaksanaannya lebih fleksibel dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara ini bertujuan menggali permasalahan secara terbuka, memberi ruang bagi partisipan untuk mengungkapkan pandangan dan ide mereka. Proses wawancara dilakukan secara transparan, dengan partisipan mengetahui tujuan wawancara dan berlanjut hingga informasi baru tidak lagi ditemukan. Wawancara dilakukan langsung kepada pelaku UMKM di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani, yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi.

b. Observasi

Menurut Satori dan Komariah, observasi langsung bertujuan untuk memahami keberadaan objek, situasi, konteks, dan maknanya dalam pengumpulan data penelitian.[4] Moleong menyatakan bahwa observasi digunakan untuk mengevaluasi aspek-aspek seperti motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tidak sadar, dan kebiasaan peneliti.[5] Peneliti melakukan observasi terhadap kegiatan UMKM, khususnya dalam proses pembuatan banner dan media promosi menggunakan teknologi digital. Tujuan observasi ini adalah untuk melihat penerapan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari, mencatat perubahan desain promosi, dan strategi pemasaran yang diterapkan.

b. Dokumentasi

Menurut Arikunto, dokumentasi melibatkan penyelidikan terhadap berbagai benda tertulis, seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, dan catatan harian.[6] Sedangkan menurut Riyanto, dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan

[3] Sugiyono et al. Hal 200
[4] Aan Komariah dan Djam'an Satori. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. Hal 80
[5] Moleong, Lexy J. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. Hal 30
[6] Arikunto, Prof. Dr. Suharsimi. (2006). Prosedur Peneltian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta. Hal 158

mencatat informasi yang telah ada.[7] Dalam penelitian ini, pengumpulan data juga mencakup dokumentasi visual dan tertulis, seperti hasil desain banner sebelum dan sesudah penggunaan teknologi digital serta materi pelatihan dari program KKN. Dokumentasi ini digunakan untuk menganalisis perkembangan dan perbandingan media promosi yang dibuat oleh UMKM.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan dalam penelitian ini dimulai dengan persiapan yang melibatkan penentuan subjek dan lokasi penelitian, yakni pelaku UMKM di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani, yang telah menggunakan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi. Peneliti menyusun instrumen penelitian, termasuk panduan wawancara semi-terstruktur dan format observasi serta dokumentasi, dan melakukan koordinasi dengan pihak terkait untuk mengatur jadwal serta mendapatkan izin. Selanjutnya, wawancara dilakukan secara langsung dengan pelaku UMKM untuk mengumpulkan informasi mengenai pengalaman, manfaat, tantangan, dan dampak penggunaan teknologi digital. Selama proses wawancara, data dicatat secara detail untuk memastikan informasi yang diperoleh akurat dan komprehensif.

Observasi juga dilakukan untuk melihat secara langsung penerapan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi, mencatat perubahan desain dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM. Selain itu, dokumentasi visual dan tertulis dikumpulkan, termasuk hasil desain banner sebelum dan sesudah penggunaan teknologi digital serta materi pelatihan dari program KKN. Dokumentasi ini digunakan untuk menganalisis perkembangan dan perbandingan media promosi yang dibuat oleh UMKM.

Setelah data terkumpul, peneliti mengolah dan menganalisis hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai dampak teknologi digital. Laporan akhir disusun untuk mencakup temuan utama, analisis, dan kesimpulan dari penelitian. Terakhir, evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai efektivitas dan efisiensi pelaksanaan penelitian, dan umpan balik diberikan kepada pelaku UMKM serta pihak terkait untuk memberikan rekomendasi bagi pengembangan lebih lanjut.

Pelaksanaan kegiatan dalam penelitian ini melibatkan beberapa tahapan penting untuk memastikan bahwa tujuan penelitian dapat tercapai dengan efektif. Berikut adalah rincian pelaksanaan kegiatan:

[7] Adi, Riyanto. 2010. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit. Hal 103

Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan

Persiapan Kegiatan		
Penentuan Subjek dan Lokasi	Menentukan pelaku UMKM di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani, sebagai subjek penelitian	11-08-2024
Pengembangan Instrumen Penelitian	Menyusun panduan wawancara semi-terstruktur dan mempersiapkan format observasi serta dokumentasi yang diperlukan	12-08-2024
Koordinasi dengan Pihak Terkait	Berkomunikasi dengan pihak UMKM dan penyelenggara program KKN untuk mengatur jadwal dan mendapatkan izin	12-08-2024
Pelaksanaan Wawancara		
Jadwal dan Tempat	Mengatur jadwal wawancara dengan pelaku UMKM sesuai dengan waktu yang disepakati	13-08-2024
Pelaksanaan Wawancara	Melakukan wawancara secara langsung dengan pelaku UMKM untuk menggali informasi mengenai penggunaan teknologi digital	14-08-2024
Pencatatan Data	Mencatat hasil wawancara secara detail, mencakup pengalaman, manfaat, tantangan, dan dampak teknologi digital	14-08-2024
Pelaksanaan Observasi		
1. Observasi Langsung	Mengamati proses pembuatan banner dan media promosi yang dilakukan oleh UMKM	15-08-2024
2. Pencatatan Temuan	Mencatat perubahan desain dan strategi pemasaran berdasarkan pengamatan langsung di lapangan	15-08-2024
Pengumpulan Dokumentasi		
1. Dokumentasi Visual dan Tertulis	Mengumpulkan dan memeriksa hasil desain banner sebelum dan sesudah penggunaan teknologi digital serta materi pelatihan dari program KKN	17-08-2024

2. Analisis Dokumentasi	Menilai perkembangan dan perbandingan media promosi yang dibuat oleh UMKM berdasarkan dokumen yang tersedia	17-08-2024
Analisis Data		
1. Pengolahan Data	Mengolah data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang dampak teknologi digital	18-08-2024
2. Penyusunan Laporan	Menyusun laporan akhir yang mencakup temuan utama, analisis, dan kesimpulan dari hasil penelitian	18-08-2024
Evaluasi dan Umpan Balik		
1. Evaluasi Kegiatan	Menilai efektivitas dan efisiensi pelaksanaan kegiatan penelitian serta mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan	25-08-2024
2. Umpan Balik	Memberikan umpan balik kepada pelaku UMKM dan pihak terkait mengenai hasil penelitian dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut	27-08-2024

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji penerapan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi oleh UMKM di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani, serta tantangan dan manfaat yang dialami oleh pelaku UMKM. Berikut adalah data pemilik UMKM:

Tabel 3. Data Pemilik UMKM Kp. Tegallaja

No	Nama UMKM	Jenis Produk	Lokasi UMKM	Kendala yang Dihadapi	Solusi yang Diberikan
1	Seblak Bu Lina	Seblak	Sukatani RW 06/RT 01	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
2	Telor Asin Pak Ana	Telor Asin	Sukatani RW 06/RT 02	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
3	Lotek Nads	Lotek	Sukatani RW 06/RT 01	Biaya teknologi, keterbatasan	Pembuatan banner, pembuatan media

				pengetahuan dan keterampilan	promosi, sertifikasi halal, NIB
4	Cimol Mak Enung	Cimol	Sukatani RW 06/RT 04	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
5	Kue Balok Pak Jajat	Kue Balok	Sukatani RW 06/RT 04]	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
6	Seblak Bu Neni	Seblak	Sukatani RW 06/RT 04	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
7	Asinan Buah Bu Fitri	Asinan Buah	Sukatani RW 06/RT 04	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
8	Daffa Foods	Makanan Umum	Sukatani RW 06/RT 04	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
9	Bu Wida	Jenis Produk]	Sukatani RW 06/RT 01	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
10	Bu Aisyah	Gorengan	Sukatani RW 06/RT 04	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB
11	Cireng Pastel	Cireng dan Pastel	[Lokasi]	Biaya teknologi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan	Pembuatan banner, pembuatan media promosi, sertifikasi halal, NIB

Tabel hasil penelitian ini menyajikan informasi mengenai berbagai UMKM yang terlibat dalam penelitian dan masalah utama yang mereka hadapi. Setiap UMKM, yang mencakup produk seperti seblak, telur asin, lotek, cimol, dan berbagai jenis makanan lainnya, menghadapi kendala serupa, yaitu biaya teknologi dan keterbatasan pengetahuan serta keterampilan. Kendala ini seringkali menghambat mereka dalam mengakses teknologi modern dan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif, yang penting untuk pertumbuhan dan daya saing usaha mereka.

Untuk mengatasi masalah tersebut, berbagai solusi telah diberikan. Solusi yang diusulkan termasuk pembuatan banner dan media promosi untuk meningkatkan visibilitas produk di pasar, serta sertifikasi halal untuk memastikan produk memenuhi standar kualitas dan kepatuhan agama. Selain itu, pendaftaran Nomor Induk Berusaha

(NIB) juga disarankan untuk membantu UMKM dalam memperoleh dukungan pemerintah dan akses ke fasilitas yang lebih baik. Solusi-solusi ini bertujuan untuk mengatasi kendala yang dihadapi dan mendukung perkembangan UMKM secara berkelanjutan.

Dengan penerapan solusi tersebut, diharapkan UMKM dapat lebih mudah memasarkan produk mereka, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam penggunaan teknologi, serta memenuhi standar sertifikasi yang diperlukan. Hal ini akan membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal serta keberhasilan usaha mereka di pasar yang lebih luas.

Penerapan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi oleh UMKM di Kp. Tegallaja RW 06, Desa Sukatani, menunjukkan dampak yang positif dalam meningkatkan efektivitas pemasaran. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM seperti Ibu Enung dari usaha Cimol Pop Ice dan Sosis Bakar, Bapak Jajat yang menjual kue balok, Ibu Neni dari usaha Seblak, Ibu Fitri Nurjanah yang menjual asinan buah, dan Ibu Mega yang berbisnis Tahu Walik, memberikan wawasan yang mendalam mengenai manfaat dan tantangan yang mereka alami.

1) PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL

Penerapan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi oleh UMKM di Kp. Tegallaja RW 06 memberikan dampak positif yang signifikan dalam berbagai aspek pemasaran dan operasional bisnis. Penggunaan perangkat lunak desain grafis seperti Adobe Photoshop, Canva, dan CorelDRAW telah memperbaiki kualitas desain banner yang dihasilkan. Ibu Enung, misalnya, mengungkapkan bahwa Canva memungkinkan dia untuk membuat desain yang lebih menarik tanpa memerlukan jasa desainer profesional. Hal ini sejalan dengan observasi yang menunjukkan bahwa teknologi digital membantu UMKM menghasilkan desain yang lebih inovatif dan konsisten, serta mengurangi ketergantungan pada layanan desain eksternal.Selain banner, teknologi digital digunakan untuk membuat brosur, pamflet, dan materi iklan untuk media sosial. Aplikasi editing foto dan video, seperti Adobe Premiere Pro dan Filmora, diterapkan untuk menghasilkan video promosi yang lebih profesional. Platform media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk mempublikasikan materi promosi, memperluas jangkauan pasar, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Selain banner, teknologi digital juga dimanfaatkan untuk pembuatan berbagai materi promosi lain seperti brosur dan video promosi. Bapak Jajat melaporkan bahwa aplikasi seperti Adobe Premiere Pro telah memperbaiki kualitas video promosi yang dihasilkannya, menunjukkan peningkatan efektivitas promosi visual dalam menarik perhatian pelanggan. Dengan memanfaatkan platform media

sosial, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Platform seperti Instagram dan Facebook berfungsi sebagai saluran yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan berinteraksi langsung dengan pelanggan, sesuai dengan hasil observasi yang menunjukkan efektivitas media sosial dalam meningkatkan visibilitas produk.

Program pendampingan branding telah memainkan peran kunci dalam membantu UMKM menciptakan identitas merek yang kuat. Ibu Neni mengungkapkan bahwa pendampingan dalam desain logo dan kemasan membantu produknya lebih mudah dikenali dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Program ini juga termasuk bantuan dalam memperoleh sertifikasi halal, yang semakin penting di pasar yang mengutamakan aspek kehalalan produk. Sertifikasi halal membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang baru di pasar yang lebih luas, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Fitri yang melihat peningkatan dalam jumlah pelanggan setelah banner dipasang di lokasi strategis.

Banner yang dirancang secara digital dipasang di lokasi-lokasi strategis dengan lalu lintas tinggi. Hasil observasi menunjukkan bahwa pemasangan banner di area strategis secara signifikan meningkatkan eksposur produk dan kesadaran merek. Penempatan banner pada lokasi yang tepat berkontribusi besar dalam menarik perhatian konsumen potensial dan memperluas jangkauan pasar UMKM.

2) TANTANGAN YANG DIHADAPI DALAM PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA UMKM

Dalam penerapan teknologi digital untuk pembuatan banner dan media promosi, UMKM di Kp. Tegallaja menghadapi beberapa tantangan yang signifikan. Berikut adalah uraian rinci mengenai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yaitu, keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam memanfaatkan fitur-fitur canggih dari perangkat lunak desain digital. Perangkat lunak seperti Adobe Photoshop, CorelDRAW, dan Canva menawarkan berbagai fitur dan alat yang dapat meningkatkan kualitas desain. Namun, fitur-fitur ini seringkali kompleks dan memerlukan pemahaman mendalam serta keterampilan teknis untuk digunakan secara optimal.

Ibu Enung, pemilik usaha Cimol Pop Ice dan Sosis Bakar, mengungkapkan bahwa meskipun Canva menyediakan berbagai template dan alat desain, ia masih merasa perlu pelatihan tambahan untuk memaksimalkan semua fitur yang tersedia. "Saya sudah mencoba menggunakan berbagai fitur di Canva, tetapi masih banyak hal yang saya tidak tahu bagaimana cara menggunakannya dengan efektif. Pelatihan lebih lanjut pasti akan sangat membantu," katanya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi digital menawarkan potensi besar,

penguasaan teknis yang memadai sangat penting untuk mengoptimalkan manfaatnya.

Lalu yang selanjutnya mengenai Penggunaan perangkat lunak desain berbayar sering kali memerlukan biaya langganan yang signifikan, yang bisa menjadi beban finansial bagi UMKM dengan anggaran terbatas. Beberapa perangkat lunak, seperti Adobe Photoshop dan CorelDRAW, menawarkan fitur yang lebih lengkap dan canggih tetapi datang dengan biaya langganan yang tidak selalu terjangkau bagi usaha kecil. Bapak Jajat, yang menjual kue balok, mencatat bahwa biaya perangkat lunak berbayar menjadi kendala utama dalam usahanya. "Saya sebenarnya ingin menggunakan Adobe Photoshop karena fitur-fitur canggihnya, tetapi biaya langganan bulanan terlalu tinggi untuk anggaran saya. Saya terpaksa menggunakan versi gratis yang fiturnya terbatas," ujarnya. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada banyak alat desain yang tersedia, tidak semua UMKM mampu mengakses teknologi yang lebih maju karena keterbatasan anggaran.

Selain masalah pengetahuan dan biaya, keterbatasan akses ke sumber daya pelatihan juga merupakan tantangan. Banyak pelaku UMKM tidak memiliki akses mudah ke pelatihan atau workshop yang dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan perangkat lunak desain digital. Ibu Neni, pelaku usaha Seblak, menekankan pentingnya dukungan pelatihan. "Kami membutuhkan pelatihan yang lebih terstruktur untuk benar-benar memahami bagaimana memanfaatkan perangkat lunak desain secara efektif. Tanpa pelatihan yang memadai, sulit untuk mendapatkan hasil maksimal dari alat yang ada," jelasnya. Keterbatasan dalam akses pelatihan menghambat kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi secara penuh dan meningkatkan keterampilan mereka dalam desain digital

Dukungan teknis yang terbatas juga menjadi tantangan bagi UMKM dalam menerapkan teknologi digital. Masalah teknis seperti kesulitan dalam instalasi, penggunaan fitur lanjutan, atau troubleshooting seringkali memerlukan bantuan dari teknisi atau ahli yang mungkin tidak selalu tersedia. Ibu Fitri Nurjanah, penjual asinan buah, mengungkapkan bahwa kurangnya dukungan teknis menjadi kendala dalam proses pengoperasian perangkat lunak. "Kami mengalami beberapa masalah teknis saat menggunakan perangkat lunak editing video. Sayangnya, kami tidak memiliki akses mudah ke dukungan teknis yang bisa membantu kami mengatasi masalah tersebut," ujarnya. Ini menekankan kebutuhan akan dukungan teknis yang lebih baik untuk memastikan UMKM dapat mengatasi masalah teknis yang muncul selama penggunaan perangkat lunak.

Meskipun teknologi digital memungkinkan pembuatan desain yang lebih inovatif, menjaga konsistensi desain di berbagai platform dan materi promosi juga menjadi tantangan. Keterbatasan dalam pemahaman mengenai prinsip desain yang konsisten dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara banner, brosur, dan

materi promosi lainnya. Ibu Mega, pemilik usaha Tahu Walik, mengungkapkan bahwa menjaga konsistensi desain di berbagai media merupakan tantangan. "Kami berusaha menjaga agar desain kemasan dan materi promosi lainnya konsisten, tetapi seringkali kami mengalami kesulitan dalam mempertahankan keseragaman desain di berbagai platform. Ini mempengaruhi identitas merek kami," katanya. Tantangan ini menunjukkan pentingnya pemahaman desain yang mendalam dan kontrol kualitas untuk memastikan konsistensi di semua materi promosi.

Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam penerapan teknologi digital mencakup masalah teknis, biaya, keterbatasan pelatihan, dukungan teknis, dan konsistensi desain. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan dukungan tambahan, seperti pelatihan terstruktur, akses ke sumber daya pelatihan yang lebih baik, dan solusi untuk mengurangi biaya teknologi, guna memastikan UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan maksimal.

3) MANFAAT YANG DIPEROLEH

Penerapan teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi oleh UMKM di Kp. Tegallaja memberikan berbagai manfaat yang signifikan. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai manfaat yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yaitu, Penerapan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk menghasilkan materi promosi dengan kualitas yang lebih tinggi. Perangkat lunak desain grafis seperti Adobe Photoshop, Canva, dan CorelDRAW menyediakan berbagai alat dan fitur yang memungkinkan pembuatan desain yang lebih profesional dan menarik. Ibu Neni, pemilik usaha Seblak, menjelaskan, "Dengan menggunakan Canva, kami dapat membuat desain yang lebih menarik dan berkualitas tinggi. Ini membantu kami dalam menarik perhatian pelanggan dan membedakan produk kami di pasar." Desain yang lebih profesional tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga memberikan kesan yang lebih positif tentang kualitas dan kredibilitas bisnis.

Teknologi digital mempercepat proses pembuatan materi promosi. Alat desain yang intuitif dan template yang tersedia mengurangi waktu yang diperlukan untuk membuat desain dari awal. Bapak Jajat, penjual kue balok, mengungkapkan bahwa penggunaan alat desain seperti Canva sangat menghemat waktu. "Sebelumnya, kami harus membuat desain secara manual, yang memakan waktu. Sekarang, dengan Canva, kami bisa menyelesaikan desain dalam waktu singkat dan lebih cepat menanggapi kebutuhan pasar," katanya. Efisiensi waktu ini memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan tren dan permintaan pelanggan, serta mengalokasikan waktu untuk aspek bisnis lainnya.

Teknologi digital, terutama melalui penggunaan platform media sosial, memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Platform seperti Instagram dan Facebook menyediakan saluran efektif untuk mempublikasikan materi promosi dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Ibu Fitri Nurjanah, yang menjual asinan buah, menyatakan, "Media sosial telah membantu kami menjangkau pelanggan yang sebelumnya tidak bisa kami capai. Kami sekarang mendapatkan banyak pelanggan baru melalui iklan yang kami pasang di Instagram." Jangkauan yang lebih luas ini memungkinkan UMKM untuk memperbesar pasar mereka dan meningkatkan peluang penjualan.

Program pendampingan branding telah membantu UMKM menciptakan identitas merek yang kuat melalui desain logo dan kemasan produk. Identitas merek yang konsisten dan menarik membedakan produk UMKM di pasar yang kompetitif. Ibu Mega, pemilik usaha Tahu Walik, menjelaskan, "Desain kemasan yang baru dan logo yang kami buat melalui program pendampingan telah membuat produk kami lebih dikenali. Ini sangat membantu dalam membangun citra merek kami." Identitas merek yang kuat meningkatkan pengakuan merek dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan pertumbuhan bisnis.

Selain desain dan branding, dukungan dalam memperoleh sertifikasi halal juga memberikan manfaat signifikan. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di pasar yang mengutamakan aspek kehalalan produk. Ibu Enung, pemilik Cimol Pop Ice dan Sosis Bakar, mengungkapkan, "Mendapatkan sertifikasi halal telah membuka peluang baru bagi kami. Pelanggan lebih percaya dengan produk kami karena mereka tahu bahwa produk kami memenuhi standar kehalalan." Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga membantu UMKM memasuki pasar yang lebih luas dan mengakses pelanggan yang lebih luas.

Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital memberikan manfaat besar bagi UMKM dalam hal peningkatan kualitas materi promosi, efisiensi waktu, jangkauan pasar yang lebih luas, pengembangan identitas merek, dan peningkatan kepercayaan konsumen melalui sertifikasi halal. Manfaat ini tidak hanya membantu UMKM dalam berkompetisi lebih efektif di pasar tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberhasilan bisnis mereka secara keseluruhan.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji dampak implementasi teknologi digital dalam pembuatan banner dan media promosi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sukatani melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) SISDAMAS Kelompok 262. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa teknologi digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan kualitas dan efektivitas promosi UMKM. Dengan menggunakan perangkat lunak desain grafis seperti Canva dan Adobe Photoshop, serta platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, UMKM di Desa Sukatani mampu menghasilkan materi promosi yang lebih profesional dan menarik, yang pada gilirannya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka.

Namun, penelitian ini juga mengungkap tantangan yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat lunak dan platform digital, serta biaya yang seringkali menjadi penghalang bagi UMKM untuk mengakses teknologi canggih. Keterbatasan akses terhadap pelatihan yang memadai juga menjadi kendala yang memperlambat adopsi teknologi ini secara optimal.

Program KKN SISDAMAS memberikan kontribusi penting dalam mengatasi tantangan ini dengan menyediakan pelatihan dan pendampingan intensif bagi para pelaku UMKM. Melalui program ini, UMKM di Desa Sukatani mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat strategi pemasaran mereka. Hasilnya, UMKM dapat lebih efektif dalam meningkatkan daya saing, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperluas pasar mereka di era digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya dukungan yang berkelanjutan untuk UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran yang efektif. Tanpa dukungan yang memadai, UMKM akan kesulitan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar pelatihan dan pendampingan terkait teknologi digital bagi UMKM terus dilanjutkan dan dikembangkan. Pemerintah, institusi pendidikan, dan lembaga swasta perlu berkolaborasi dalam menyediakan akses yang lebih luas dan terjangkau terhadap teknologi digital serta program pelatihan yang relevan. Ini akan memastikan bahwa UMKM tidak hanya mampu mengadopsi teknologi digital, tetapi juga menggunakannya secara efektif untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

Selain itu, perlu adanya kebijakan yang mendukung pengurangan biaya akses terhadap perangkat lunak berbayar, sehingga UMKM dengan anggaran terbatas dapat memanfaatkan teknologi yang lebih canggih. Penyediaan pelatihan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan juga sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku UMKM memiliki keterampilan teknis yang memadai dalam menggunakan teknologi digital.

Akhirnya, penting bagi UMKM untuk terus berinovasi dan memperbarui strategi pemasaran mereka sesuai dengan perkembangan teknologi dan perubahan tren pasar. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat lokal maupun nasional.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada dosen pembimbing lapangan kami bapak Farid Sholeh Nurdin, M.Stat yang senantiasa membimbing kami kelompok KKN 262, baik dalam pelaksanaan KKN maupun dalam pembuatan semua laporan dan artikel baik milik individu ataupun kelompok dalam pelaksanaan KKN tahun 2024 ini. Tidak lupa juga terima kasih banyak kepada teman-teman yang sudah bekerjasama dengan baik dalam pembuatan artikel ini, sehingga artikel ini bisa selesai dengan tepat waktu

G. DAFTAR PUSTAKA

Aan Komariah dan Djam'an Satori. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Adi, Riyanto. 2010. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit.

Arikunto, Prof. Dr. Suharsimi. (2006). Prosedur Peneltian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Moleong, Lexy J. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Rachmadi Usman, Hukum Perbankan, Sinar Grafika: Jakarta, 2010.

Sugiyono et al.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.